地市传统媒体与新媒体融合发展的研究探索

摘　要：当今，地市传统媒体与新媒体融合是互联网发展的必然选择，现阶段，传统媒体的传播方式、传播理念以及内容等方面难以适应新时代的传播发展，需要不断进行创新与改革。基于此，笔者结合多年的工作经验，对地市传统媒体与新媒体融合发展进行详细分析研究，以供相关领域参考。

关键词：地市传统媒体；新媒体；融合发展
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）02-063-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.02.010

文 / 居德琴

近年来，我国信息通讯技术与互联网技术获得了突飞猛进的提升，带动媒介与新媒体技术迅速普及，改变了我国受众接受外界信息、感知发展动向的方式，也改变了受众的思维方式。新媒体与传统媒体都有着不可替代的优势，新媒体创新、便携、丰富、包容，带给未来传媒更多发展的可能；传统媒体真实、严谨、深度、权威，是架在党和政府与人民群众之间的纽带桥梁，是主流舆论引导社会价值观构建的关键渠道，因而，新媒体与传统媒体的优势互融已是众望所归。

2014 年，被称为我国的“媒体融合元年”，在政策的指引下，从中央、省到地市级的传统媒体纷纷踏上了“互联网 +”的媒体融合之路，在内容、渠道、技术上与新媒体进行深度融合，五个年头过去了，我国的媒体融合进入到加速时期，传统媒体与新媒体向着“融为一体、合而为一”的全方位融合目标大步迈进。而地市级广电媒体是传统媒体最贴近受众的关键一环，因此，地市级传统媒体的融合发展关系到主流媒体与时俱进的全面深化，应当通过构建更加完善的现代传播体系，适应现代信息化媒体转变格局，地市传统媒体将焕发出更强的传播力、引导力、影响力和公信力。

1. 地市级传统媒体融合发展现状

2014 年 8 月，中央全面深化改革领导小组做出的《关于推动传统媒体与新兴媒体融合发展的指导意见》揭开了我国媒介融合的序幕。按照国家政策的方向指引，传统媒体的融合发展之路应当通过不断强化互联网思维，以先进技术为支撑，实现内容建设的一体化发展，从内容、渠道、平台和经营管理模式上与新媒体高度融合。改革的步伐层层推进，由中央走向基层，地市级传统媒体的融合发展让主流媒体的受众范围更加广泛。时至今日，地市级传统媒体努力探索发展道路，取得如下发展成果。

1.1 新媒体平台入驻

当前，入驻“两微一端”基本已经成为各地市级主流媒体的发展“标配”，受众范围广泛的微博、微信等社交平台，加深了地市级主流媒体的群众基础。以图片、音视频、小游戏等方式在微博、微信等平台开通账号发布信息，可以深化与受众间的沟通联络，增强用户粘性。此外，智能手机几乎成为现代都市人人必备的传媒工具，利用智能手机，受众可以随时随地浏览信息，而地市级媒体以 APP 的形式入驻到受众的手机，为地市级媒体开辟了一条联系受众的新的重要通道。

笔者所在的铜川广播电视台融合发展至今，已经创办有一系列新媒体登陆渠道：官方网站中开设有各个栏目板块，通过该板块受众可以十分方便地“扫码”关注铜川广播电视各档精彩节目，加入铜川广播电视微信公众号进行信息互动，还可以为台内节目预热，宣传本台最新活动。目前，官方微博粉丝人数超过 20000 人；2015 年，铜川广播电视台“智慧铜川手机台”上线，打造了当地传统媒体优势与新媒体优势聚合的融媒体平台，成为了铜川当地受众了解新闻资讯与便民服务、与主流媒体进行灵活互动的通道，有效扩大了受众范围，提升了受众体验度。

1.2 加速建设“中央厨房”

“中央厨房”是地市级传统媒体融合发展的“龙头工程”，在中央和省级媒体的示范效应下，各地市级媒体纷纷参与到“中央厨房”的建设中。它通过对广播、电视、新媒体等多种传媒主体资源的融合、整合、聚合，实现内容的共享、共同和共融的高效传播体系，在融媒体时期，对“中央厨房”的打造能够搭建起地市级主流媒体新闻生产新的大脑和神经中枢，汇聚来自基层一线的大量新闻事实与信息，经过精心的编辑与审核，高效形成媒介产品，向下游受众进行推介。

1.3 抢滩县级融媒体建设

县级融媒体中心建设整合了现代的科技传媒渠道资源和基层特色文化资源。2018 年 8 月，全国宣传思想工作会议上强调了县级融媒体中心在传统媒体与新兴媒体融合发展工作中的重要地位。为了更好地服务群众、引导群众，很多地市级传统媒体已经将县级融媒体中心建设作为融合发展的“突破口”，形成了集约化媒体转型道路。

2. 地市级传统媒体融合发展的制约因素

传统媒体与新兴媒体深度融合的要求与标准是“融为一体，合而为一”，从当前我国地市级传统媒体融合

现状来看，仍有相当一部分地市级媒体并没有实现从“相加”到“相融”的转变，与以上目标仍有很大差距，究其原因，大致存在以下几点制约因素：

2.1 意识落后的问题

地市级媒体融合发展需要媒体管理者和全体从业人员意识的转变、观念的革新，有了新意识和新观念做基础，才能有后续的资金投入、技术引入和人才队伍建设，为媒体融合做支撑。然而，虽然融媒体时期，在新媒体的冲击下很多地市级媒体面临受众流失、收视率锐减的严峻状况，但无论是领导力量还是采编团队仍然固守传统媒体的理念和方式，没有形成融合发展的紧迫感，甚至有的地市级传统媒体有财政补贴，经济来源稳定，缺少主动融合新媒体的动力。

2.2 管理体制的问题

当前，我国相当一部分地市级传统媒体仍保留着过去的行政化管理模式，在薪酬分配、绩效考核等方面管理方式守旧，缺乏对人力资源的有效合理配置，也没有应对媒体融合的大势进行新媒体技术人才的广招、扩招，导致新媒体部门工作无法提升效率，缺乏媒体融合核心驱动力。体制的束缚、机制的僵化拖缓了地市级主流媒体融合新媒体的步伐，导致地市台新媒体素养不够，在新媒体平台的入驻、“中央厨房”的建设以及新媒体中心的构建中疲软无力。

2.3 资金和技术的支持力度不足

地市级传统媒体处于主流媒体的基层末端，受到资金来源和技术资源的严重限制，是导致地市级传统媒体与新兴媒体融合停滞不前、明显落后于中央和省级大型媒体的主要原因。

3. 地市级传统媒体融合发展的策略探析

3.1 树立互联网思维，制度规划和政策，积极推动全媒体发展

各级政府和地市级媒体应当扭转传统理念，树立互联网思维，明确融合发展的必然性和紧迫性，加快相关规划和政策的制定推行，推动地市级媒体的全媒体发展。从政府层面来看，政府应当遵循中央关于大力发展文化产业的精神，出台支持各种新媒体技术自主研发的具体政策，引领电视、报刊、广播、互联网融为一体。同时，应当加大对地市级传统媒体转型的资金投入力度，促进传统媒体视线数字化、移动化发展。从媒体层面看，作为基层舆论的引导人，各地市级媒体从业人员应当立即更新观念，加大对新媒体传播规律的研究力度，做实做细融媒体发展方案，推动地市级融媒体建设。

3.2 提升技术手段，加强专业队伍建设，为媒体融合发展提供强大支撑

技术和人才是地市级传统媒体转型融媒体的主要推力。

地市级传统媒体一方面应积极利用互联网技术，尤其是移动互联技术，进行三个平台的建设：首先，生产平台的建设。大数据技术、机器人记者、场景虚拟技术、全景拍摄技术等新媒体高新科技的利用可以大幅扩增传统媒体采编的信息来源，丰富新闻和节目的视角，优化素材的质量，加快新闻生产的效率；其次，传播平台的建设。在“两微一端”的基础上，地市级传统媒体还应当着力满足用户对媒介传播的个性需求，引入创新科技，创立更多差异化“产品端”，形成全媒体传播矩阵；再次，用户平台的建设。地市级传统媒体应当提高对用户反馈的重视，引入最新的数据分析技术分析用户的特征，整理用户的需求，依据用户的喜好和特征调整传播的内容和方式，不断提升用户粘性。

技术的成功运用离不开具有新媒体从业经验的高端人才，地市级传统媒体应当积极培养、引进掌握新媒体技能和专业知识的人才，通过与合作办学等方式为自身建设人才培养基地，在实践中挖掘更多采编人才、经营人才和多媒体融合技术人才。铜川广播电视台作为市级传统媒体中的一员，近年来以一整套行之有效的新媒体管理体制着力打造专业化技术团队。团队掌握融媒体后台维护基本技术，具备手机台版面设计和架构基本技能。“人人是记者”，利用新媒体采编设备，实现“单兵作战”的新闻发布，向受众高效传播正能量的积极信息。

3.3 突出做强新闻主业，立足本土新闻优势，形成亮点

新闻是主流媒体引导社会舆论的主要阵地，融媒体时代，地市级媒体必须坚定突出新闻主业，报道本地新闻资讯，传递党和政府最新的方针政策，提高新闻内容对当地受众的服务性和吸引力。地市级媒体长久以来积累了很大的公信力和内容竞争力，在与新媒体的竞争中，地市级媒体有其他外部大型网站不具备的地域优势，即充分展现本地特有的文化特色，并对接医疗、教育、税务、社保、公安等民生部门，为当地受众提供更具服务性的新闻内容。例如，铜川广播电视台通过《铜川好人好》节目的镜头，分享当地的普通农民、草根英雄和爱心民营企业家的真人真事，引导当地民众向好人看齐，与善良同行，充分发挥了地市级媒体的舆论引导作用，成为地市级传统媒体融媒体发展中的一大亮点。

结语

综上所述，地市级传统媒体要努力推动融合发展，使新闻传播要素有效整合，通过流程优化、“中央厨房”打造，使各种资源得到开发利用，实现信息内容，管理手段共融互通，发生质的变化，使宣传报道工作再上新台阶，焕发出新的活力。媒

参考文献

[1] 沈金平 . 探索传统广电与视听新媒体的融合发展 [J]. 长沙传媒，2017（11）.

[2] 赵雷 . 地方传统媒体与新媒体融合发展的探索和研究 [J]. 新闻研究导刊，2015（12）.

[3] 王庄苏 . 传统媒体和手机新媒体融合发展探索 [J]. 声屏世界，2014（12）.

（作者单位：陕西铜川广播电视台）